

XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 2013.

# La cultura visual como mecanismo para interpretar la historia cultural.

KACZAN GISELA.

Cita:

KACZAN GISELA (2013). *La cultura visual como mecanismo para interpretar la historia cultural. XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-010/995>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

**XIV Jornadas  
Interescuelas/Departamentos de Historia  
2 al 5 de octubre de 2013**

**ORGANIZA:**

Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras

Universidad Nacional de Cuyo

Número de la Mesa Temática: 116

Título de la Mesa Temática: La cultura visual como problema histórico: una reflexión sobre representaciones y producción de imágenes. Argentina - siglo XIX

Apellido y Nombre de las/os coordinadores/as: Maria Lia Munilla Lacasa;  
Sandra Szir

**LA CULTURA VISUAL COMO MECANISMO PARA INTERPRETAR LA  
HISTORIA CULTURAL**

*Kaczan, Gisela,  
Universidad Nacional de Mar del Plata, CONICET  
gisela.kaczan@gmail.com  
Zuppa, Graciela  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
graciela.zuppa@gmail.com*

**Introducción**

Cada momento histórico, en el que un grupo social interviene, consagra una modalidad particular de mirar, lo que para Martín Jay configura un “régimen escópico.”<sup>i</sup> En este

modo de mirar se cuelan las representaciones sociales que siempre se encuentran activas y que dinamizan los modos de interpretar y orientar el conocimiento de la realidad. Así como los agentes sociales reacomodan sus relaciones y recrean sus discursos, también reactualizan los mecanismos que permiten la generación de sus producciones visuales. Las sucesivas instancias que permiten la construcción de imágenes trabajan para el diseño a través de nuevos mecanismos proyectuales, nuevos soportes y renovadas formas comunicativas.

A fines del siglo XIX, se abren otras formas para la lectura del espacio tanto en los medios pictóricos y gráficos como en los vivenciados por quienes recorren las ciudades en plena transformación. Hay un abandono del lento andar del peatón y un distanciamiento del paso del *flâneur* parisino, en procura de participar en un aceleramiento perceptual, con un ritmo más dinámico. Se trata de inaugurar la entrada al movimiento, la mutabilidad y la posibilidad de traslados tanto en medio de la propia ciudad cuanto a la distancia a través de la búsqueda de un tiempo de descanso y recreación fuera del entorno cotidiano. Por otro lado, las vidrieras con la exposición de objetos, la publicidad con la provocación de los deseos, los diarios y revistas con la participación de la fotografía y los afiches promocionando sitios para el veraneo, van dando forma al mundo del consumo que provoca al observador y promueve su accionar. Así, la multiplicación social de imágenes tiene diversos núcleos temáticos, entre los cuales, trabajaremos los vinculados con la publicidad, la propaganda y la indumentaria, tanto masculina como femenina, con el fin de reconocer las modalidades que adopta la simbolización del cuerpo en el espacio de la playa. En este sentido, la inauguración de la ribera como ámbito de placer provocó hábitos corporales inéditos y el deber proteger la privacidad porque, a principios de siglo XX, hay un imperativo que acarrea cierto distanciamiento de las miradas y genera actos de pudor respecto de la exposición. Asimismo, es un espacio que permite el juego de la fantasía para concretar y vulnerar los protocolos, las represiones, las exposiciones y las indumentarias acordes para cada ocasión. Es, también, un sitio que colabora para crear nuevas formas de proximidad o de contacto corporal, sensaciones y excitaciones.

Con respecto a las prácticas interpretativas que se ponen en funcionamiento, se concibe que las imágenes elaboradas están construidas para alguien que las va a recepcionar e interpretar gracias a su visibilidad. Es decir, que la vista resulta un sentido privilegiado para el encuentro con esas piezas gráficas y la mirada la protagonista para la lectura de la carga significativa de lo que se está observando. El ver es un acto complejo y atravesado por múltiples intervenciones dado que no es sólo biológico sino histórico y cultural que se construye, se modifica y se transforma a partir de las disponibilidades

que cada receptor ponga en funcionamiento desde los recursos que almacena en su capital simbólico. El ver y el mirar se asisten y se diferencian. Mientras vemos algo, tenemos una primera aproximación, luego lo focalizamos e intencionamos nuestro descubrimiento; damos forma al proceso de mirar, cargándolo con el propósito y la voluntad de bucear para conocer. No nos movemos según dogmas, ya que el mirar tiene una gran flexibilidad. El acto de mirar y la mirada se encuentran cargados de afectos y están dirigidos por los sentidos. Así, ante la recepción de los avisos publicitarios seleccionados, se han activado mecanismos para sondear y analizar las formas de la imagen y sus significados, entendiendo que el significado es un diálogo entre el observador y lo observado; quien ve y lo mirado.<sup>ii</sup>

El objetivo es analizar, en las primeras décadas del siglo XX, las convenciones y tensiones que tramitan los imaginarios de feminidad y masculinidad teniendo en cuenta que se trata de un tiempo con fuertes modificaciones genéricas. Se entiende que mientras en algunos casos se busca reproducir las diferencias de los cuerpos de mujeres y varones, en otros, se asiste a la búsqueda de un modelo de compatibilidad genérica. Este modelo repercute en la idea de un “cuerpo social”, porque se adhiere a nuevos valores otorgados a la figura deseable, es decir, un cuerpo que confunde los rasgos sexuales y difumina los caracteres. Como resultado, los destinos de mujeres y varones modernos se contrastan y el montaje de su imagen puede interpretar las ambigüedades de manera acabada.

Los casos puntuales trabajados parten de analizar las prácticas ejercidas en la zona costera argentina y se articulan con referentes europeos y norteamericanos. Esto permite, de manera dialéctica, dar explicaciones a una afición cultural extendida a nivel mundial.

### **Tiempo de aperturas**

Como parte del proceso de modernización, los discursos evolucionaron en torno a la sexualidad y se modificaron las fórmulas del recato y la exhibición pública para dar espacio a nuevas correspondencias con el erotismo y las relaciones entre los sexos. La guerra que culminaba en 1918 dejaba las inquietudes dispuestas para agilizar el proceso sociopolítico de emancipación femenino, disolviendo la convicción de que eran inferiores o incapaces para acciones físicas o intelectuales. Hacia los años '20 y '30, numerosas discusiones se plantearon en relación con los nuevos poderes, lugares, privilegios, derechos, estéticas, de los que podían disponer ahora las mujeres y de cómo esto amenazaba la posición defendida, durante decenios, por una sociedad patriarcal.<sup>iii</sup>

Los ideales de masculinidad, en relación con el trabajo y la familia, también sufrieron significativas transformaciones. La medida menos conflictiva, al menos para algunos

grupos, parecía ser que el encanto de la mujer futura estaba conformado por todas las virtudes del pasado y por todas las fuerzas del porvenir. Esta reflexión apunta al hecho de no postergar o subordinar los intereses que la hacían una “mujer verdadera” en pugna con su “propia naturaleza” por responder a las exigencias de las posiciones recientemente inauguradas.<sup>iv</sup>

Era previsible que la apariencia entre los sexos se modificara, se flexibilizara el lenguaje de los gestos y cambiaran las estructuras del cuerpo vestido. Fotógrafos, ilustradores, humoristas, validos de la visualidad, tuvieron la ventaja de impactar directamente en los grupos para comunicar el semblante reelaborado. Las mujeres, en especial de grupos medios, adoptaron una estética que fue interpretada como varonil: se redujeron las melenas a la *garçonne*, se aplanaron pechos y caderas, se vistieron con pantalones. Por su parte, los varones también modificaron signos perceptibles de su masculinidad, interesándose por el consumo de productos cosméticos, adelgazando la silueta y diversificando las tendencias de moda. Se producía, así, una nueva retórica sobre la diferenciación sexual que tendía a la similitud entre las apariencias de unas y otros y ponía en tensión la marcada dicotomía biológica tan fuertemente defendida. Es, en particular, mediante las viñetas humorísticas que se anuncian las disyuntivas, sin dramatismo y conformando un canal para asimilar el modelo saliente de una forma más tolerable (**Imagen 1, Imagen 2, Imagen 3**).



**Imagen 1**



**Imagen 2**



**Imagen 3**

**Imagen 1:** Viñeta humorística (1927), *Caras y Caretas*, Buenos Aires, año XXX, n° 1518, 5 de noviembre.

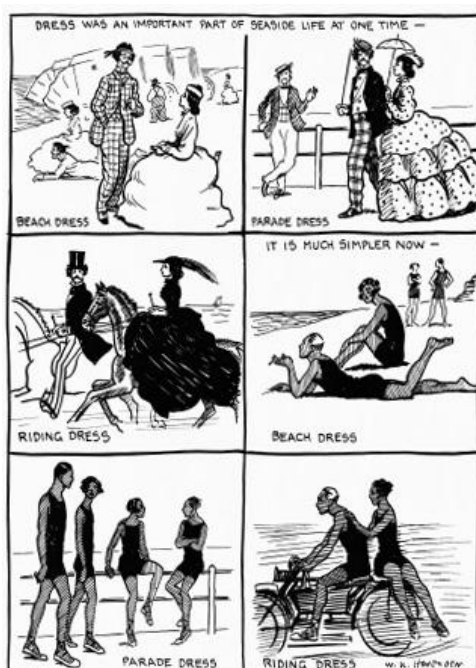
**Imagen 2:** Viñeta humorística (1929), *Caras y Caretas*, Buenos Aires, año XXXII, n°1381, 19 enero.

**Imagen 3:** “-¿De modo que has reñido con tu novia? -Sí, chica. Estaba insoportable; figúrate que quería casarse conmigo.” Llop. Burjasot (1931), *Buen Humor*, Madrid, n° 503, 23 de agosto.

En sintonía con el proceso de renovación urbana y social, las formas del ocio también se modificaron y el aire libre se incorporó con amplia adhesión para satisfacer las distracciones. La necesidad de “alejarse del cemento” debido a las perturbaciones que traían las ciudades en pleno crecimiento, motivaron la afluencia de viajes, para visitar los atractivos nacionales de regiones sureñas, serranas, litorales y costeras.

En esta última región es importante reconocer que el espacio de la playa tiene en su historia un lento proceso de apropiación que implica cambios en los desplazamientos de quienes se acercan al mar. El viajero, el veraneante o el turista abandonan la cualidad de sedentario en función de fomentar el descubrimiento de nuevos contextos. La playa es portadora de sentido, comunica e informa, además de provocar placer a través de caminatas en las ramblas o de incursiones “de pies secos”<sup>v</sup> por la arena. Todos estos episodios resultan cambios culturales que alteran los usos anteriores y la calidad del paisaje. Mujeres y varones descubrían que podían vincularse con la naturaleza de forma placentera; advierten que su sensibilidad se estimula frente a un nuevo escenario y ante la posibilidad de permanecer beneficiándose con un tiempo prolongado de descanso. Es así que se plantea la presencia de dos agentes disímiles: el que pasea y frecuenta espacios para alimentar las prácticas de sociabilidad y el bañista que enarbola un juego que implica la puesta en límite del mostrarse y el ser visto.

El artista Haselden plasmó esta evolución en numerosas ilustraciones.<sup>vi</sup> Si bien el contexto de su obra fue el inglés, las imágenes conciben modelos de repercusión extendida a nivel mundial que posibilitan canalizar las experiencias argentinas (**Imagen 4**).



**Imagen 4:** Haselden, W.K. (1925), “Dress was an important part of seaside life at one time,” *Daily Mirror*, London, 25 jul., Archival reference number WH1199, Copyright holder Mirrorpix, Copyright

Haselden demostró cómo se fueron modificando las rutinas de interacción y las variantes de revelación corporal tendientes a la informalidad y semejanza, respectivamente. El permanecer, el pasear y el trasladarse resultan momentos de sociabilidad que cambian por completo la fisonomía de los cuerpos y de los medios. Si en las primeras escenas, los vestidos femeninos acolchados están tutelados por estructuras y soportes para asegurar la continuidad de las formas y ocultarlas, en las últimas, una cuasi funda elastizada se aviene a la franquea del cuerpo y sus sucesivos movimientos. La indumentaria de los varones finge otras proporciones y otras escalas mediante accesorios que buscan distinción. Se percibe que las prácticas dadas mediante cuerpos vestidos y sedentarios, se van suplantando por encuentros inquietos y cercanos en *maillots* que redundan en la figura del bañista. Este personaje, por su propia especificidad, se redescubre a la vez que ensaya placeres al experimentar el agua. Paralelamente, modifica sus comportamientos, sus gestos, sus modos de cubrirse y los códigos acordes con las modalidades de integración social a orillas del mar: “...una persona vestida con corrección jamás aceptaría ser presentado a otra que estuviese chorreando agua dentro de su traje de baño. Y no lo acepta porque, quitado el “maillot”, uno (...) vuelve a la normalidad. (...) a la vida de playa es difícil verla desde el punto de vista corriente, es decir sin malla.”<sup>vii</sup>

Estas subjetividades se acondicionan, también, en distintos soportes gráficos, en aquellos que se generan para promocionar lugares de veraneo, espacios para sociabilidad o trajes de baño.

En el último caso, los avisos publicitarios de la firma *Jantzen*, una de las que lideró el mercado, fueron pioneros en caracterizar las transformaciones (Imagen 5, Imagen 6).<sup>viii</sup>



Imagen 5

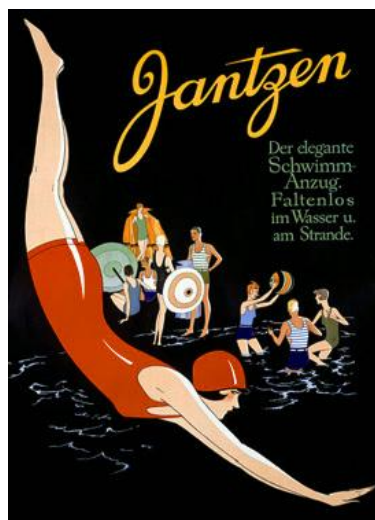


Imagen 6

**Imagen 5:** Ruth Eastman (1921), Aviso para *Jantzen*, *American Art Archives* (<http://www.americanartarchives.com/eastman.htm>) (Consulta 25 de febrero 2013)

**Imagen 6:** (1935), Poster para *Jantzen* (<http://flickrhivemind.net/Tags/jantzen,vintage/Interesting>) (Consulta 12 de noviembre 2012)

Los mensajes proponen la convivencia de cuerpos semidesnudos y puede verse cómo se divulga una silueta juvenil, lineal y plástica para los dos sexos. En este sentido, así como la atmósfera que acompañaba la modernidad era escoltada por una actitud de renovación, optimismo y despreocupación por algunas cuestiones que anteriormente eran irreconciliables, también la conducta que podía evocarla estaba inscrita en la idea de “lo joven”. Vigarello (2007), Le Breton (2002), Lipovetsky (2002), Turner (2001), sugieren la importancia que adquirió la juventud como valor que contribuía a propagar la idea de un modelo entendido como democratizado y moderno.”

Las imágenes lo traducen mediante el diseño de cuerpos que han perdido corpulencia y atenuado sus curvas y volúmenes, con talantes de poca madurez, incluso con actitudes preadolescentes. En otras palabras, la búsqueda de juventud, parecería justificar la ausencia parcial de signos de fuerte masculinidad o feminidad. La silueta que revelaba el *maillot*<sup>ix</sup> no difería demasiado entre mujeres y varones, se tiene la sensación de figuras andróginas (**Imagen 7**) que acompañan las alteraciones dadas en relación con la ambigüedad de las apariencias y la inflexión de las diferencias físicas absolutas. Asimismo, se puede hablar de “un ojo desencarnado” (Jay, 2003: 3) o de una mirada cosificante de quien diseña estas imágenes. Se trataría de cuerpos descontextualizados, sin discursos, sin compromiso emocional. El cuerpo que se desdibuja, sin provocaciones sensuales y tomando distancia de cualquier manifestación erótica, despierta la aspiración de mostrar un traje de baño y el deseo de experimentar el consumo de una prenda como fin último. Quien observa participa adhiriendo o distanciándose de lo propuesto.



**Imagen 7** Imagen de siluetas en sombra: Composición de las autoras.



Imagen original: F. Clark (1929), Ilustración para aviso de *Jantzen*, *Duke University Libraries, Digital Collections*.  
(<http://blogs.library.duke.edu/digital-collections/2010/03/01/outdoor-advertising-images-in-the-road-2-0-project/>) (Consulta 14 marzo 2013)

Si bien es consabido que la playa es un escenario propicio para el descanso y la recreación, los avisos ponderan cómo, hacia los '20, las convenciones sociales se vuelven, en algunos aspectos, menos restrictivas y proyectan una atmósfera de hedonismo y frescura, con la diagramación de diálogos informales entre pares, entre grupos de diferentes sexos y su participación en eventos lúdicos. Se apela al juego libre, al desarrollo de destrezas físicas autónomas que invocan vitalidad sin inhibiciones, ese era el “cocktail de la juventud.” No se marcan jerarquías sociales o de género, se estimula la diversión. Estas escenas son ajenas a las reglamentaciones sociales y racionales, delimitan un tiempo y un espacio diferente, activan el contacto sensorial y las emociones, liberan del orden psico-físico que conlleva la vida cotidiana y favorecen la expresión corporal, los ademanes y movimientos espontáneos.<sup>x</sup> Comunican una sensación de “simbiosis” entre los sexos, de adaptación recíproca, de convivencia en condiciones de igualdad, es decir, “una concepción objetiva del feminismo práctico y de masculinismo un poco menos egoísta, más conveniente y beneficioso.”<sup>xi</sup> Es precisamente en la invocación de estos sentidos, en los que prevalecen los mensajes, incluso, tienen puntos de contacto con escenas seleccionadas en folletos para promocionar balnearios y con fotografías de grupos veranenantes en las playas. Así como se anticipó que las prácticas se daban en diferentes partes del continente europeo y americano, pósters de otras estaciones balnearias ratifican la emulación (**Imagen 8, Imagen 9, Imagen 10**).



**Imagen 8**



**Imagen 9**



**Imagen 10**

**Imagen 8:** (1931), “De la vida sportiva en Mar del Plata,” *Revista Semanal, Diario La Nación*, Buenos Aires, 15 de febrero.

**Imagen 9:** Asociación de Propaganda y Fomento (1934), Folleto turístico de Mar del Plata.

**Imagen 10:** T. L. Dugdale (c. 1930), Poster de Bridlington, Jarrold & Sons, London  
(<http://www.bridlingtonbusiness.com/tourism-posters/>)(Consulta 30de abril 2013)

Ligada a la idea de juventud, se suman el vigor y la delgadez como características sobrevaluadas para la configuración del modelo moderno. Estos valores, asimismo,

forman parte de una tendencia creciente en favor de la cultura física como vía para paliar los efectos negativos que derivaban del proceso de crecimiento de las ciudades. Esta tendencia apostaba por lograr un cuerpo armonioso, saludable y atractivo en el que se conjugaran las dimensiones físico-corporal y mental-psicológica. Se subrayó la relevancia de lo corporal y se configuró la morfología física y simbólica de los cuerpos sociales (Pedraz, Brozas Polo, 1997: 8). Como correlato, proliferaron prácticas para ejercitarlo y repararlo que se componían, en líneas generales, con dietas alimentarias, programas atléticos, actividades de *outdoor*, baños de mar y de sol.

Se entendía que la actividad deportiva era un campo en el que, en especial la mujer por su condición de ser sedentaria, tenía mucho que ganar. El ejercicio corporal metodizado o sistematizado, sin incurrir en la exageración que propendía una musculatura excesiva, era un elemento incomparable que cuadraba con la línea recta del tipo moderno, el remedio más eficaz para la reconstitución de los contornos redondeados que venían por su naturaleza. Contribuía a la esbeltez, a la flexibilidad, al ritmo de los movimientos y “le procura las condiciones que acentúan su belleza y lo que no es menos importante, le alarga la juventud.”<sup>xii</sup> Sin embargo, se plantea un interrogante: saber si esa moda consistía en no ser monumentos de carne y de gordura o en conservar una apariencia esbelta sin perjuicios de la salud y “sin convertir el cuerpo en una percha de huesos mal cubiertos de pellejo.”<sup>xiii</sup> La respuesta era el término medio porque la búsqueda de la belleza, acompañada por la delgadez, era el reflejo de un estado de bienestar integral.

Es evidente que las siluetas seleccionadas por los ilustradores no están en absoluto “entradas en carnes”, es más, en los textos que acompañan los avisos publicitarios o en las sugerencias de moda se impele al lector para que comprenda que las mallas de moda “sientan admirablemente en cuerpos delgados y esbeltos”. La apuesta de la apariencia es fuerte y la prensa se hace cargo de defenderla: “la obesidad florece en los medios en que el trabajo corporal es desconocido y la nutrición abundante, mientras que ella es prácticamente ignorada en las clases menos favorecidas donde la frugalidad y el trabajo muscular están obligatoriamente considerados como un honor.”<sup>xiv</sup> Queda claro que la atención del cuerpo se considera un signo de clase, en palabras de Bourdieu, y las imágenes no hacen más que tomar partido por grupos bien posicionados que, además, tienen remanente de tiempo y dinero para complacerse en eventos lúdicos y de ocio, esclarecido por el uso de trajes de baño. La iconografía también entrevé que el contexto de la ribera tiene la virtud de aportar beneficios a ambos sexos y de plantear la idea de un cuerpo social más que un cuerpo con marcas de género que busca pasarla bien mientras goza del aire libre.

## Tiempo de nuevos retornos

La modificación de las estructuras de género y sus consecuentes repercusiones en las apariencias, no duraría indeterminadamente. A medida que se avanza sobre la década del '30, incluso en paralelo a la *garçonne*, el estereotipo que comenzaba a ocupar la plana gráfica estaba en pleno cambio. Los efectos de la dramática baja en las acciones neoyorkinas provocaron un tiempo de crisis social, económica y política, cuyas consecuencias repercutieron a nivel mundial. En panoramas nacionales de lábil estabilidad, movimientos autoritarios lograron imponerse e intervenir los estados democráticos con la promesa de ser la alternativa para enfrentar el conflicto. Entre los lineamientos, en particular los asociados al sistema de género, los nuevos modelos retomaron concepciones sostenidas en el pasado y apelaron a la necesidad de reinstaurar las asimetrías entre mujeres y varones como otro de los modos de asegurar un orden social.<sup>xv</sup> La mujer ejemplar debía estar en el hogar, al cuidado de sus hijos y de su belleza, mientras que el varón era quien trabajaba y resolvía las demandas familiares.

Las imágenes corporales comienzan, entonces, a enfatizar las tipologías tan mentadas por la sociedad de dominación masculina como *desideratum* (mandatos). Los cuerpos ya no son aniñados ni se contornean con perfiles de confusa sexualidad, los varones debían demostrar características asociadas a la idea de virilidad y las mujeres a una extrema femineidad, vivificándose en conceptos contrapuestos fuerza/delicateza, protección/dependencia, seriedad/banalidad.

¿Cómo se traducen estas modificaciones en el contexto de las riberas? La actividad turística no detiene su ritmo debido a la crisis internacional y presenta un lado positivo en el sentido que colabora con la reactivación de un sector que puede ser redituable económicamente. El contexto de la playa mantiene un aura de encanto para quienes pueden disfrutarlo, aunque los grupos veranenates de esta década diferirán de los anteriores, serán más plurales, numerosos y menos distinguidos. Los anuncios de trajes de baño apostaban por diversificar los diseños.

Nuevamente, la empresa *Jantzen* pone de manifiesto el cambio cultural mediante un estilo visual notoriamente diferente en los figurines. Hacia mediados de la década del '30, el dibujante George Petty (1894 -1975) comenzó a ilustrar los avisos con mujeres conocidas como *pin-up*.<sup>xvi</sup> La técnica empleada le facilitaba la definición de luces y sombras que impresionaban en demarcación exagerada de ciertos atributos (**Imagen 11, Imagen 12**).



Imagen 11



Imagen 12

**Imagen 11:** (1938), Aviso *Jantzen*, *Diario La Nación*, Buenos Aires, 18 diciembre.

**Imagen 12:** George Petty (1938), Aviso *Jantzen*, *American Art Archive*, (<http://www.americanartarchives.com/petty,g.htm>) (Consulta 15 de abril 2013)

En un aspecto, las imágenes exteriorizan cuerpos armoniosos y lozanos, vitales y dinámicos, disciplinados por el ejercicio físico y por el acondicionamiento de regímenes alimentarios. Se puede hablar de una corporalidad asociada a la búsqueda de salud y belleza ligada a la cultura física iniciada años antes.

En relación con el aspecto morfológico-simbólico, no es trivial que se acentúe el dimorfismo sexual resaltando estratégicamente zonas y atributos que identifiquen, con naturalidad para la gente corriente, las identidades contrastadas. No hay que olvidar que la primera impresión que se recibe del otro está dada por la impronta de su apariencia, el término *embodied masculinities, feminities* empleado en los estudios de género, haría referencia a cómo la masculinidad y la feminidad se materializa en el cuerpo. Determinados miembros y órganos corporales son considerados elementos de orden y reciben atributos metaorgánicos que tratan de explicar el cuerpo de acuerdo con la racionalidad de la sociedad en la cual existen (Castañeda, 1987:77).

Se puede decir que si en las mujeres se revalorizaron los roles de madre y esposa, esto trajo como consecuencia un semblante diferente y una apariencia vigilada por las directrices de moda que agrade, decididamente, al varón. La traducción visual está dada por piernas esbeltas y contorneadas, caderas y pechos voluptuosos, el talle corto, ubicado en su lugar natural y la cintura angosta, acentuada por el contraste de los anchos hombros. Todo apunta a exaltar la sensualidad dentro de grados aceptables de moralidad, discreción y buen gusto, detalles de moda que contribuyen con los atributos de una mujer “verdadera.”<sup>xvii</sup>

Si la melenita de los '20, con sus variantes, constituía un símbolo emancipatorio que provocaba controversias, en su reemplazo, devienen los cabellos menos cortos y más ondulados que admiten el uso de postizos, con preferencia de color rubio platinado. Si bien estos aditamentos no pueden compararse con los empleados a principio de siglo, añaden ingredientes de artificio como si se tratara, al igual que los primeros, de componentes que contribuyen con la frivolidad y la presunción; situación que los textos vislumbran como “capricho femenino.” Según los modistos, el corte a la *garçonne*, ofrecía una gran cantidad de inconvenientes insalvables, como hacer que las nuca aparecieran exageradamente alargadas o anchas, tal como se ha visto en las primeras imágenes de mujeres “masculinizadas”.

Un detalle que no se omite: sandalias de taco alto. No importa la característica del solado o del entorno en el cual se instale la modelo, el tipo de calzado es el mismo y se verá, en líneas posteriores, cómo las estrellas de cine repiten este patrón. Es innegable los imaginarios fetichistas que giran en torno al pie femenino y cómo se reduda sobre esta provocación en los avisos.

Si para los varones el lugar válido era el mundo de lo público, se prefería un carácter resuelto que transmitiera, como se dijo líneas arriba, signos ostensibles de masculinidad. Esto estaba dado por una relación entre su compostura erguida y la forma de apropiación del espacio, extrovertido pero medido. Se sumaba la musculatura notoriamente desarrollada, en especial en pectorales, brazos, piernas, en la zona del abdomen, que debía ser plano. En su conjunto se convenían, visualmente, conceptos como fuerza, protección y seriedad. Asimismo, el hecho de mostrarse dinámicos y activos, por la sugerencia de un entrenamiento físico riguroso, simbolizaba la forma en la que el varón era capaz de controlarse a sí mismo y de autoconstruirse. Esta forma corporal era una manera de no parecer un hombre abandonado sino un hombre potente, que conquista y asciende que, asimismo, podría estar relacionada con el pensamiento de trabajar sobre uno mismo para tener éxito en la vida.<sup>xviii</sup>

Al comparar figuras femeninas y masculinas se advierte que así como se diferencian taxativamente ciertas características, hay atributos de los varones que pierden la impronta viril. Composturas, curvaturas de empeines, mímicas faciales dan idea de un cuerpo que parece feminizado. Puede verse notoriamente en las ilustraciones de *Jantzen*, elaboradas por Petty o por otros dibujantes, pero también en ilustraciones que remiten a los mismos estereotipos y que han sido diseñadas para otros productos. ¿A qué se debe este juego? No se conocen antecedentes que avalen una feminización de los varones así como se masculinizaron las mujeres años antes, en realidad, se piensa que las fórmulas afectadas en afiches y avisos son más permisivas e idealizadas que las

imágenes reales. En este sentido, se accede, por ejemplo, a la exigencia de una estetización de los cuerpos, es decir, a la evocación de una virilidad menos rígida en busca de embellecer la pieza gráfica.<sup>xix</sup> Hay una especie de desestructuración de los morfotipos lícitos que contrastan tácitamente con los lineamientos genéricos dados. En el trance por redefinir las posiciones y roles sexuales en plena reconversión social, las imágenes cimientan las oposiciones entre realidad y ficción mediante el simbolismo visual. Ponen en tensión, justamente, la subjetividad de la diferencia, es decir, contrarian el concepto de que el hombre es hombre por ser taxativamente distante de lo que es una mujer, casi como afrenta. Colabora enormemente el hecho de ser imágenes de playa, como ya se ha dicho.

La estética que elogian los textos y las ilustraciones coincide perceptualmente con dos bellezas: los deportistas y las estrellas de cine (**Imagen 13**). El cuerpo de los primeros testifica la disciplina dada por el entrenamiento riguroso y propone, entre otras cosas la posibilidad de verlo desde una perspectiva menos restrictiva, su desenvoltura o desnudez se recontextualiza en el ámbito del deporte y por ello es lícito que se lo despoje de prejuicios y normas. El cuerpo de las segundas, las estrellas de cine, aporta sofisticación y despierta la ilusión de conectarse, aunque sea en un nivel simbólico, con figuras exitosas y magnificadas por su lugar de trascendencia pública. Resulta sugestiva la extendida aparición de actrices difundiendo los diseños de trajes de baño de vanguardia y practicando deportes como parte del secreto de su escultural belleza.



**Imagen 13:** “Por las playas del mundo”, *Revista Caras y Caretas*, Buenos Aires, 26 de enero 1935, n° 1895.

Es innegable que las nuevas formas culturales como el cine son sumamente valiosas para propagar una estética integral que se ajusta a los tipos modernos. Juega a su favor que llega a un amplio y diverso público que no sólo consume entretenimiento sino,

también, asimila representaciones sociales. Esto no sólo se daba en las bellezas femeninas, Johnny Weissmuller, protagonista de Tarzán” demostró que así como existía un *sex appeal* femenino, existía también un *sex-appeal* masculino, del que él era su representante. Parte de la trascendencia y el éxito que tuvo su personaje, estaba dada por las características de su “apolínea” figura.<sup>xx</sup>

Aunque para algunos el encanto de estos personajes tenía una gracia fisonómica de segundo orden y una belleza malograda por una expresión “gastada,”<sup>xxi</sup> es innegable la fascinación que causaba en los espectadores y, como consecuencia, el estímulo que provocaba en los ilustradores para proyectarlos en sus piezas gráficas. Protagonistas de avisos y celebridades comparten un estilo integral dado en el maquillaje, el peinado, las posturas forzadas y, en especial, en la idealización de un cuerpo perfecto con el cual se fantasea (Imagen 14, Imagen 15, Imagen 16).



Imagen 14



Imagen 15



Imagen 16

**Imagen 14:** Aviso Jantzen, contratapa, *Revista de divulgación técnica*, "Algunos consejos útiles para veraneantes," Asociación de Propaganda y Fomento de Mar del Plata, circa 1940.<sup>xxii</sup>

**Imagen 15:** Aviso de la película "El lago de las damas" *Revista Cinegramas*, Madrid, n° 10, 18 de noviembre 1934.

**Imagen 16:** George Petty, Aviso Jantzen, 1937, *American Art Archives*. En (<http://www.americanartarchives.com/petty,g.htm>) (Consulta 15 de abril 2013)

A pesar de los lineamientos políticos afectados en un tiempo de efervescente reaccionaria derecha política, las mujeres no ven diluidas las ventajas conquistadas años antes, al contrario, movimientos feministas hacen oír sus reclamos en busca de defender y amplificar sus derechos y en reafirmar sus desenvolturas físicas. Es así que, si bien la moda se vuelve más conservadora en algunos aspectos, en el escenario de la playa, las imágenes reflejan que las vigilancias son más laxas, se invita al placer de un cuerpo sensible y los trajes liberan lo privado en espacios de moderada sociabilidad. Los folletos turísticos se apropian de las influencias culturales y promueven el consumo del ocio, la recreación y el descanso, mediante fórmulas visuales que ligan paisajes

cautivadores y desinhibidas veraneantes. Se ve que se han reemplazado las improntas juveniles de los '20 para sugerir mujeres adultas, una vez más con improntas de las *girls* cinematográficas, que embelesan con un cuerpo bronceado por el sol (**Imagen 17, Imagen 18, Imagen 19, Imagen 20**). Se disponen a la mirada curiosa de un futuro viajero que, interesado en planificar sus vacaciones, absorbe la proximidad entre el cuerpo y la circunstancia en la que se inscribe para volverse identificación total.



**Imagen 17**



**Imagen 18**



**Imagen 19**



**Imagen 20**

**Imagen 17:** Asociación de Propaganda y Fomento, Folleto "Mar del Plata, temporada 1937-38," Mar del Plata, 1937.

**Imagen 18:** Fotografía de la actriz Rochelle Hudson, *Revista Cinegramas*, Madrid, 28 de junio 1936, n° 94.

**Imagen 19:** Fotografía de la actriz June Knigth, *Revista Cinegramas*, Madrid, 19 de julio 1936, n° 96.

**Imagen 20:** Michael, Arthur, Poster litografiado (Lithographic poster) "The Belgian Coast," The London and North Eastern Railway/TheDangerfield Printing Co., London, circa 1935. En <http://collectionsonline.nmsi.ac.uk/detail.php?type=related&kv=35433&t=people>

En estos casos, el ilustrador se mueve dentro de un mundo atento a despertar deseos y emociones, apelando a un tratamiento de la figura a través de sus texturas y de todos los medios que posibiliten acrecentar las motivaciones interiores. Esta diferente manera implica al agente observador en una cultura visual con significativos cambios perceptuales. El cuerpo, ahora, se instala para ser visto, con una mirada interesada, conducida por la seducción y con el propósito de alcanzar la satisfacción de vivir y experimentar el referente promovido. El aspecto hedonista prevalece sobre el racional desencarnado. Los cuerpos, así diseñados, prometían un ideal erótico para la mirada masculina.

Las representaciones corporales en los avisos tienen la capacidad de instalar inquietud, voluntad por conseguir un producto, por *ser* como esa figura que está allí, distante pero no tanto, por la concesión que confieren las prácticas de emulación tan extendidas en el sistema de la moda. En los folletos, esas representaciones impresionan en el lado íntimo y afectivo al evocar la virtual realidad que promete la elección de su destino. Ambas piezas gráficas revalidan la avanzada, promocionan imágenes "modernas" de la ciudad y de quienes deambulan en ella, por lo que las prácticas justifican los lenguajes



renovados, dejando en claro qué silueta prevalece y cuáles son las actitudes plausibles entre los sexos. En el diseño interno de las piezas gráficas no se plantean puestas en crisis, no se busca generar tensión, ni se muestran dubitativas en el sentido otorgado a la apariencia. Se refuerzan ideas, se marcan conceptos, se toma posición por uno u otro estereotipo y se apuntan los recursos expresivos para reunir los caracteres precisos y más significativos que permiten comunicar referentes genéricos singulares.

### **Algunas reflexiones**

Las imágenes que se seleccionaron para este trabajo se erigen en móviles con gran capacidad evocativa y con el potencial de transferir, en la actualidad, otras ideas, otros valores, otros símbolos, diferentes a los que hoy acordamos y con los que convivimos. Esas imágenes son las que actualizan prácticas ya acontecidas y legitiman la memoria de esos otros grupos que llegaban a las costas. Entregan un mundo de representaciones simbólicas que, además, tienen y cumplen una función social dado que movilizan la preservación de las experiencias de vida.

Se ha visto que las formas de feminidad y masculinidad participaron de una estructura socialmente construida, con un componente cultural insoslayable en la conformación de las corporalidades y sus apariencias. Así, se puede hablar de una relación dialéctica entre indumentaria y espacio entre lo que puede revelarse y lo que debe ocultarse. Resultan fronteras culturales que se reproducen según los modos de ver de cada grupo; según el régimen escópico que sostiene las cualidades de un tiempo histórico y que puede favorecer la fobia de la mirada del otro o estimular el mostrarse sin pudor. En fin, se puede establecer una protección visual del cuerpo o su ocultamiento.

Es mediante las imágenes que los grupos han simbolizado -y simbolizan- las posiciones de los géneros y organizan sus lineamientos de soberanía o sumisión. Se advierte que reflejan los cambios en las prácticas históricas y le permite al lector intervenir activamente para componer y dar nuevas formas a sus propios itinerarios discursivos, ya que se vuelven protagonistas en el estudio de la historia tanto reciente cuanto pasada.

Así como cada época tiene una mirada particular de su tiempo, el bañista consolida, junto al grupo de pertenencia, un modo de comportamiento que se construye a través de valores, prácticas culturales, formas de conocimiento y de percepción visual. A comienzos del siglo XX, conviven varios regímenes y en esa variabilidad se instalan las diferencias sociales, las cambiantes miradas y las representaciones sociales que las sustentan; diferencias que traducen, también, desigualdades, prácticas, relaciones,

exclusiones y distinciones; todos condicionantes de las modalidades de estadía en tiempos de vacaciones balnearias.

¿Qué rememora una imagen? No sólo la práctica del diseñador y la abstracción que ejerce al fragmentar una realidad para mostrar lo que le ha sido demandado, sino también los mecanismos expresivos de su tiempo, los valores, los cambios en las prácticas y la acción del comitente que compone una de las tantas miradas que se entrecruzan en el proceso de elaboración visual. Consumada la pieza gráfica, habrá que dar paso a una nueva mirada, la del consumidor, la del descifrador de significados que cada uno de nosotros somos.

## Bibliografía

- Bal, Mieke (2006). "Conceptos viajeros en las humanidades" en *Estudios Visuales*, n° 3, España, pp. 28-77.
- (2004). "El esencialismo visual y el objeto de los Estudios Visuales" en *Estudios Visuales*, n° 2, España, pp. 11-49.
- Bourdieu, Pierre (1991). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Brea, José Luis (2005). *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*, Madrid, Ediciones Akal.
- Burucúa, José Emilio (2002). *Historia, arte, cultura. De Aby Warburg a Carlo Ginzburg*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Castañeda, Patricia (1987). *Mujeres, cuerpo y maternidad en Nauzontla Puebla*, Tesis de Licenciatura en Antropología Social, México: Universidad Autónoma de Puebla.
- Didi-Huberman, Georges (2008). *Cuando las imágenes toman posición*, Madrid, A. Machado Libros.
- (2009). *La imagen superviviente. Historia del Arte y tiempo de los fantasmas según Aby Warburg*, Madrid, Editorial Abada.
- (2005). *Ante el tiempo*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo editora.
- Featherstones, M., Hepworth, M., Turner, B. (2001). *The Body. Social Process, Cultural Theory*. London: Sage.
- Guasch, Anna María (2003). "Los Estudios Visuales. Un estado de la cuestión", en *Estudios Visuales: Los Estudios Visuales en el siglo XXI*, n°1, España, pp. 8-16.
- Jameson, Frederic (1991). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona, Paidós.
- Jay, Martín (2003). "Regímenes escópicos de la modernidad" en *Campos de fuerza, entre la historia intelectual y la crítica cultural*, Buenos Aires, Paidós. pp. 221-252.
- Kaczan, Gisela (en prensa) "Salud, belleza, aire libre. Montaje de la apariencia femenina a orillas del mar (circa 1920-1940)", *Arenal, Revista de Historia de las Mujeres*, España, Universidad de Granada, Instituto de la Mujer.
- (2012). "La mancha de la playa. Imágenes de paseantes y bañistas a principios del siglo XX" en Zuppa, Graciela (edit) *Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías. Mar del Plata 1900-1970*, Mar del Plata: Eudem, pp.69-92.

- Le Breton, David (2002). *La sociología del cuerpo*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lipovetsky, Gilles (2002). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- Mirzoeff, Nicholas (2003). *Una introducción a la cultura visual*, Barcelona, Paidós.
- Mitchell, W.J.T. (2003). “Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual”, en *Estudios Visuales*, n°1, España, pp. 17-40.
- Moxey, Keith (2003). “Nostalgia de lo real. La problemática relación de la historia del arte con los estudios visuales”, en *Estudios Visuales: Los Estudios Visuales en el siglo XXI*, n°1, España, pp. 41-59.
- Pedraz, Miguel, Brozas Polo, M. Paz (1997). “La disposición regulada de los cuerpos”. *Apunts*, Catalunya, Institut Nacional d' Educació Física de Catalunya, 48, pp 6-16.
- Vigarello, George (2007). *Historia de la belleza*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Zuppa, Graciela (2008). “Vivir la playa y traducir su imagen. El efecto de propaganda de las primeras representaciones visuales” en *Revista Pensando Turismo* (<http://www.turismo.com/equipo.php>)
- (Coord.) (2012). *Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías*, Mar del Plata, EUDEM, Colección letras, ciencias y arte.
- (2012). “La versatilidad de la imagen” en Zuppa, Graciela. *Bajo otros soles. Miradas a través de folletos, postales, avisos publicitarios y fotografías*, Mar del Plata, EUDEM, Colección letras, ciencias y arte, pp. 9-14

<http://interescuelashistoria.org/>

<sup>i</sup> Para Martín Jay, “la particular mirada que cada época histórica construye, consagra un régimen escópico o sea, un particular comportamiento de la percepción visual”. JAY, Martín (2003). “Regímenes escópicos de la modernidad” en *Campos de fuerza, entre la historia intelectual y la crítica cultural*, Buenos Aires, Paidós. pp. 221-252

<sup>ii</sup> Para un desarrollo de la metodología de análisis del objeto, consultar Bal, Mieke (2004). “El esencialismo visual y el objeto de los Estudios Visuales” en *Estudios Visuales #2*, Murcia, España, pp. 11-49.

<sup>iii</sup> Para un panorama de las transformaciones acontecidas pueden confrontarse Duby, Georges; Perrot, Michelle (2000), *Historia de las mujeres*, Madrid: Taurus; Barrancos, Dora (2007), *Mujeres en la Argentina. Una historia de cinco siglos*, Buenos Aires: Editorial Sudamericana; Amelang, James, Nash Mary (1990), *Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Ediciones Alfons el Magnanim; Barrancos, Dora (1999), “Moral sexual, sexualidad y mujeres trabajadoras en el período de entreguerras”, en Devoto, Fernando y Madero, Marta (coord.). *Historia de la vida privada en la Argentina*, Buenos Aires: Taurus; Nari, Marcela (1998), “De la maldición al derecho. Notas sobre las mujeres en el mercado de trabajo. Buenos Aires, 1890-1940”, en AA.VV. *Temas de mujeres-*

---

*Perspectivas de género*, Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán; Lobato, Mirta (2007), *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa; entre otros.

<sup>iv</sup>Cfr. Frivolina (1926), “Las Amazonas y su silueta moderna,” *Caras y Caretas*, Buenos Aires, año XIX, n° 1466, 6 de noviembre.

<sup>v</sup> Urbain, Jean- Didier (1994). *Sur la plage. Moeurs et coutumes balnéaires*, Paris, Ed. Payot et Rivages. p. 53.

<sup>vi</sup> Sobre estas imágenes consúltese Walton, John (2008), “Beaches, Bathing and Beauty: Health and Bodily Exposure at the British Seaside from the Eighteenth Century to the Twentieth,” *Revue Française de Civilization Britannique*, 14.

<sup>vii</sup> Reinoso, Olegario (1936). “Reflexiones de un vago,” *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n°1949, 8 de febrero.

<sup>viii</sup> *Jantzen*, firma norteamericana hacia los años '30 tenía sucursales de fabricación apostadas en diferentes lugares. Bajo el nombre *Jantzen Knitting Mills*, en Portland, Chicago y New York, Estados Unidos; Vancouver, Canadá; Brentford, Inglaterra; Lidcombe, Australia; Valhingen, Alemania; Troyes, Francia; Milano, Italia. Con el nombre *Jantzen Soc. An. Textil* se instaló en Buenos Aires, Argentina.

<sup>ix</sup> En líneas generales, el repertorio de modelos se generaba a partir de una tipología base de malla sintética en tejido elastomérico que dejaba al descubierto la totalidad de los brazos, el escote y las piernas hasta la altura de medio muslo. Para ampliar puede verse Kaczan, Gisela, Sánchez Lorena, “La intangibilidad de lo tangible en la ciudad de Mar del Plata. Prácticas activas desde la historia sociomaterial.”, en *Revista Apuntes*, Vol 25 N° 1, Facultad de Arquitectura y Diseño Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, julio 2012, pp. 126-139.

<sup>x</sup> Caillouis, Roger (1986), *Los juegos y los hombres*, México: FCE; Duvignaud Jean (1982), *El juego del juego*, México: FCE; Huerta Rojas, Fernando (1999), *El juego del hombre: deporte y masculinidad entre obreros de Volkswagen*, México: Plaza y Valdés Editores.

<sup>xi</sup> Santos, Roberto (1935), “Simbiosos o parasitismo,” *Caras y Caretas*, Buenos Aires, n° 1895, 26 de enero.

<sup>xii</sup> Frivolina (1926). “La mujer y la casa. El deporte embellecedor”, *Caras y Caretas*, Buenos Aires, año XXIX, n° 1457, 4 de septiembre.

<sup>xiii</sup> (1922), “La moda de ser delgado,” *Atlántida*, año IV, n° 198, 19 enero.

<sup>xiv</sup> R. Raynaud (1937), “Consejos a los que perdieron la línea” *El Gráfico*, Buenos Aires, año 19, n° 962, 15 de diciembre; (1937) “El deseo de ser esbelta,” *El Gráfico*, Buenos Aires, año 19, n° 960, 1 de diciembre.

<sup>xv</sup> Para un acercamiento al tema puede verse especialmente Duby, Georges; Perrot, Michelle (2000), *Historia de las mujeres*, Madrid: Taurus.

<sup>xvi</sup> Término empleado asiduamente para ilustraciones de jóvenes mujeres en posturas sugerentes.

<sup>xvii</sup> (1929). “El pasado y el presente para las mujeres porteñas” *Almanaque de la mujer*, Buenos Aires, 1929, p. 393.

<sup>xviii</sup> Andrea Torricella analiza estas ideas, tomando como principales referentes los trabajos de Marion Young Iris (1990), *Throwing like a girl and other essays in feminist philosophy and social theory*, Indianapolis: Indiana University Press; Vigarello Georges (2006), “Entrenarse”, en Corbin, Alain; Courtine, Jean Jaques y Vigarello, G. (dirs.) (dirs.) *Historia del Cuerpo III. Las mutaciones de la mirada. El siglo XX*. Madrid: Taurus, Mosse George (2000), *La imagen del hombre. La creación moderna de la masculinidad*. Madrid: Talasco Ed. Puede verse Torricella, Andrea (2009), “Sensibilidades e imágenes generizadas del “yo” en la década del '40. Lo visual y el dispositivo fotográfico en la construcción de la masculinidad”, *Cadernos Pagu*, Campinas, n° 33, July/Dec.

<sup>xix</sup> Agradecemos las reflexiones de Dora Barrancos en relación con el controversial diseño de las figuras masculinas.

<sup>xx</sup>(1934). “Cock-tail”, *Cinegramas*, Madrid, n°8, 4 noviembre.

<sup>xxi</sup> (1930). “La belleza de la mujer porteña” en *Almanaque de la mujer*, Buenos Aires, p.128.

<sup>xxii</sup> La ilustración fue empleada originalmente en un aviso publicado en el año 1934, en idioma inglés, con otro contenido y otra disposición del texto. En <http://allgraphically.com/?p=753>